Entretiens des arts plastiques
5 mai 2011
Thème général : la presse généraliste, l'audiovisuel, l'Internet

Conviés :

- David Cascaro – Association Nationale des Directeurs d'Ecoles Supérieures d'Art
- **Sandra Cattini - Drac Paca**
- Jean-Christophe Royoux, Association des Conseillers arts plastiques DRAC
- David Caméo et Laurence Maynier – Cité de la céramique
- Michel Poitevin, collectionneur
- Anne-Sophie Coppin – Vallée de la Culture
- Léonard Benichou-Weil et Elisabeth de La Presle – Fonds de dotation Palais de Tokyo
- JULIEN-LAFERRIERE Bertrand –Lyonnais Foncière
- Roselyne Erutti
- Pierre Denieul – Union Nationale des peintres illustrateurs
- Jean-Max Collard – Les inrockuptibles
- **Catherine Millet – Art Press**
- **Jean-Marc Poinsot**
- Jorge Alvarez ou O. Brillanceau ou A. Defaux, SAIF
- **Henri Jobbé Duval**
- **Tim Newman - Froggies**
- Philippe Schlienger ou Ghislain Gautier – UPP
- Philippe de Beauvoir.
- Alexandra Fau – commissaire indépendante
- **Isabelle de Maison Rouge - Rédactrice en chef d'Art Actuel**
- **François Blanc – Communic'art**
- Emilie Banwarth – Galeriste
- Colette Barbier – Fondation Ricard
- **Véronique Leprette – Communication Mobilier national**
- Damien Sausset
- **Rémy Aron – La maison des artistes**
- **Alice Morgaine - Fondation Hermès**
- Damien Airault CEA
- Jean-Christophe Castelain – Le journal des arts et l'œil
- **Marie-Ange Gonzalez attachée de presse à la mission communication**
- Romain Torri – Galeriste
- **Nicolas Laugero Lasserre – Collectionneur et Artistik Rezo**
- **Chiara Rosenblum – Fondation Rosenblum**
- **Gaïa Donzet - galerie Tornabuoni**
- **Henri-François Debailleux – Libération**
- **Sylvie Boulanger - Cneai**
- André Rouillé, l'art aujourd'hui
- **Guillaume Durand**
- Eric Dereumeaux – Galerie RX
- **Elisabeth Couturier – Paris Match**
- Anaïd Demir – Journaliste art contemporain et mode
- **Harry Bellet – Le Monde**

- **Corinne Diserens**
- **Florence Guionneau-Joie - Fondation François Schneider**
- **Aude Cartier – Tram, Malakoff**

- **Nicolas Bourriaud - chef de l'inspection de la création artistique**
- **Guy Tortosa - Sica/DGCA**
- **Patricia Davis - Direction des industries culturelles**

Président de séance : Richard Lagrange - directeur du Cnap
Rapporteur : Christine Colin - Sica/DGCA

Résumé
Cette dernière table-ronde a été l'occasion d'un état des lieux contrasté. Certains se réjouissent d'un courant porteur globalement favorable à la présence de l'art contemporain dans les médias nationaux (avec des résultats divers comme le montre la situation des grands quotidiens nationaux), mais également dans la presse généraliste galvanisée par l'intérêt des annonceurs pour l'art contemporain, ainsi qu'à la télévision, sur des formats réduits, certes, mais réguliers et pérennes.

Tous cependant ont relevé les difficultés à transformer ces avancées et à consolider la visibilité de la scène française tant auprès de la télévision publique qu'à l'international.

Les interventions ont par contre divergé quant aux causes attribuées à :
- une politique publique qui défend insuffisamment la scène française, celle-ci étant pour l'heure en grande partie portée par les salons privés;
- la définition même d'un « art contemporain » clivé de l'ensemble de l'art vivant qui se considère exclus de la politique publique ; le maintien d'un clivage « ancien/moderne » jugé obsolète et inopérant;
- le morcèlement du secteur, un déficit d'organisation collective ;
- une culture dominante littéraire forte d'un lobby de l'édition efficace ;
- de grands collectionneurs français peu focalisés sur la scène française ;
- un establishment inculte, des intellectuels hostiles; des hommes politiques (…)
- une culture populaire (la télévision) qui s'est substituée à la culture ;
- le manque d'acteurs de la télévision publique susceptibles de défendre la scène française ;
- le manque de références artistiques visuelles; un manque d'éducation visuelle en général ;
- le jeunisme, la mode, chaque génération artistique effaçant la précédente ;
- certains manques d'ouverture (...)

Cependant, au delà de ces divergences d'interprétation, les prises de parole ont convergé en faveur d'une intervention du ministre de la culture pour inciter la télévision publique à remplir son rôle éducatif, en imposant un « volume horaire minimum dédié à l'art » sur les chaînes publiques nationales et régionales. Cette intervention aurait des retombées positives non seulement pour les artistes, les galeries, les institutions culturelles et le Ministère de la culture mais également pour la presse nationale et spécialisée et, enfin, pour le développement d'un fonds culturel

visuel indispensable tel qu'on peut l'envier à des pays européens voisins.

Cette incitation politique devrait tenir compte des propositions émanant des acteurs du secteur, les producteurs, auprès des décideurs, pour favoriser :

- le transfert vers le public des formats thématiques visibles, actuellement, sur les chaînes privées ;
- la création de formats généralistes « déthématisés » (*talk show*), fortement axés sur l'actualité (le reste étant très rapidement accessible sur Internet), mais laissant une place à part entière aux artistes pour parler d'art (sans les assigner au rôle de commentateur de l'actualité générale).

Par ailleurs, un co-financement privé/public a été suggéré en vue de favoriser l'inscription d'émissions dédiées à la scène française sur des chaînes de télévision internationales.

Le président introduit la séance en rappelant que la question de la visibilité de l'art contemporain dans l'audio-visuel a déjà été abordée lors d'une séance précédente mais qu'elle peut être développée. Il se réjouit que les premiers constats un peu pessimistes aient été revus à la hausse, l'art contemporain est bien présent à la télévision même si sous une forme réduite. Par ailleurs, la presse généraliste parle beaucoup de l'art contemporain sous l'angle des politiques culturelles.

Un état des lieux contrasté

- Les émissions spécialisées

Le directeur de la maison de production audiovisuelle Froggies rappelle qu'un certain nombre d'émissions sur l'art contemporain, D'Art d'Art (7 millions de téléspectateurs/semaine), Otto (400 000 téléspectateurs/jour), sont visibles de façon régulière et sur la longue durée sur Paris 1ere et TV5. Il se félicite de la collaboration en cours avec le Ministère de la culture pour la nuit des musées : 100 numéros d'Otto libres de droit, dédiés à l'art contemporain non institutionnel seront diffusés (D'Art d'Art traite d'œuvres modernes présentes dans les collections permanentes des musées). Otto est autofinancé et donné à titre quasiment gratuit à Paris 1ère. Tim Newman souhaite convaincre le service public de relayer ce genre d'émission. Par ailleurs, il est à la recherche de cofinancements pour répondre à une demande de Paris 1ère (M6) pour un magazine hebdomadaire (multidiffusion) sur l'art contemporain à partir de septembre. Mais la chaine considère que « l'art contemporain génère tant d'argent » qu'elle ne veut pas participer au financement. Différentes fondations, centres d'art contemporain (Palais de Tokyo) ont déjà été consultés.

- Florence Guionneau-Joie signale l'existence d'initiatives régionales sur l'art contemporain. Les télévisions de Toulouse, Bordeaux ou du pays basque espagnol

font des émissions régulières sur les collections des musées, les résidences d'artiste.

- L'édition grand public
L'auteure de *L'art contemporain mode d'emploi* souligne l'importance de l'édition pour faire connaître la scène française à l'étranger et se félicite que cet ouvrage se vende très bien mais signale que c'est le seul de la collection qui ne soit pas traduit : les artistes de la scène française sont considérés, pour la plupart, comme trop peu connus pour être maintenus dans les traductions. La scène française de l'art contemporain se heurte à un affichage à l'international moins favorable que pour l'architecture, la danse et le design. De très nombreux designers français ont pris position sur la scène internationale, sans doute grâce à l'attache de leurs éditeurs internationaux.

- La presse généraliste
L'espace de l'art contemporain à la télé s'est réduit pendant que l'espace de la télé elle même devenait plus vaste. Par contre, il s'est élargi dans la presse généraliste grand public. Paris Match, le Figaro Magazine n'hésitent plus à parler de Kapoor, Boltanski, la Fiac, etc. L'art contemporain est à la mode dans la presse généraliste depuis que les grandes marques qui prennent des pages de publicité, les annonceurs, se sont emparés de l'art contemporain pour rajeunir leur public. De la même manière, le rajeunissement des rédacteurs en chef est très favorable : tout le monde veut rajeunir son public.
La presse grand public n'est pour autant pas exempte de la défiance qui caractérise le milieu de la télévision, « c'est fait pour les bobos et c'est élitiste ». Mais l'art contemporain présente pour la grande presse, l'avantage d'images fortes et visuellement attractives, de records de prix qui le mettent sous le feu des projecteurs, et de « bons petits scandales ». Néanmoins le travail dans ce genre de magazine impose une pédagogie à double tranchant puisqu'elle doit être sans référence.

De son côté, le service culturel du Monde compte, aujourd'hui, 30 personnes, dont 4 pour les arts plastiques, 1 pour le patrimoine, 1 pour l'architecture, plus les rédacteurs. Il produit 860 articles par an. La consolidation de ce service est la preuve de l'intérêt des lecteurs. Les pages culture du Monde couvrent tous les événements culturels, art, théâtre, musique, danse selon une logique dictée plus par l'actualité que la thématique.

A contrario, Libération a réduit sa pagination culturelle qui est passée en quelques années de 4 ou 5 pages à 2, dont une sur les jeux vidéo. Les journalistes ne peuvent pas couvrir l'art contemporain comme ils le souhaiteraient. Le secteur est en partie traité par des non spécialistes.

Les producteurs d'émissions télévisées considèrent que l'art est à la mode, que la situation de l'art contemporain en France est meilleure que jamais, en termes d'appétence. Il n'y a jamais eu autant de musée, de journaux, d'émissions permanentes. A titre d'exemple, Paris 1ère fera sa conférence de presse aux Beaux-Arts, 25 artistes contemporains vont illustrer les thématiques de la rentrée
Catherine Millet souligne pourtant que malgré les énormes progrès réalisés, il reste un important travail à faire auprès du public national et s'inquiète de la disparition des magazines sur les chaines françaises.

Des causes multiples

L'assistance s'interroge sur les causes du manque de visibilité de la scène française tant à l'étranger que sur les chaines publiques ou sur des visibilités par trop partielles qui biaisent la lecture de l'art et de la culture : ainsi le débat parlementaire sur la difficulté des ténors français à atteindre les prix américains masque le fait que l'immense majorité des artistes n'atteignent pas ces échelles de prix. (Harry Bellet signale que 95 % des œuvres vendues en salle de vente le sont en dessous de 5000 euros.)

- la politique culturelle
Catherine Millet considère que l'institution française ne fait pas assez pour défendre la scène française et est responsable du mépris dont elle est l'objet à l'international.

Harry Bellet se demande pourquoi la scène française est essentiellement visible sur les salons privés (Montrouge, Art Paris).

Le directeur de la Maison des artistes craint que la définition même de l'art contemporain soit trop étroite et que la scène officielle ne représente qu'un un tout petit segment de la création. Selon lui, la situation de l'art français sur la scène internationale est le résultat de l'échec d'une politique culturelle qui soutient un trop petit segment de la création, sans tenir compte des besoins du public et de la réalité de la scène française. 98 % des artistes inscrits à la maison des artistes se sentent exclus des politiques culturelles et, voire même de l'art contemporain dans sa définition officielle. Il invite l'assistance à sortir du clivage art contemporain/intellectuels poussiéreux, à considérer l'art contemporain comme l'ensemble de la création vivante dans sa diversité et à ne pas le réduire à quelques noms : Buren, Koons, Murakami. Il souligne le manque d'expertise pour parvenir à cette diversité et invite à y associer les artistes. Il invite enfin à une révision d'une politique culturelle axée sur le moderne pour le moderne et l'idée du progrès. La France pourra reprendre sa place en réappropriant l'ensemble de la création. Il considère enfin que la population artistique est moins éclatée qu'on ne le dit et déjà en grande partie organisée avec la Maison des artistes, le comité des galeries d'art, l'association des critiques et pourrait facilement se souder pour défendre la visibilité et la diversité de la scène française.

Pour autant, le président rappelle que les centres de décisions sont multiples, les galeries, les journalistes, les institutions privées font leur choix librement.

- La France littéraire
Guillaume Durand rappelle que la France est un pays fondamentalement littéraire. Les grands intellectuels qui ont accès au grand public et se positionnement sur la politique ou l'esthétique sont contre l'art contemporain: Luc Ferry, Marc Fumaroli, et même Houellebecq. Nos amis de Prada ont une nécessité vitale à passer par l'art contemporain pour garder leur identité dans un marché mondial. Mais, Julliard, Ferry, l'establishment est contre. La politique générale autour de l'art, c'est la littérature, « il faut refaire Pivot ». La culture, c'est la littérature. Le monde de la télévision est extérieur à l'art contemporain pour des raisons autobiographiques et intellectuelles.

« Jeff Koons, Murakami, ce sont des conneries » se propage dans le milieu culturel. Il invite à résister à la mode et au jeunisme et signale la difficulté des artistes de la cinquantaine (à laquelle le nouveau Palais de Tokyo devrait remédier prochainement). Il invite à une bataille joyeuse mais offensive : quand un missile est lancé, il faut en relancer un, inviter Buren plutôt que Clavier. Il regrette que le pays qui a tout inventé soit, aujourd'hui, le pays qui nie tout et fustige les commentaires de Julliard au moment de l'expo Picasso : on a tout inventé mais on n'est plus d'accord, avec les Demoiselles d'Avignon. Enfin, il dénonce ce fond de sauce culturelle, l'idéologie dominante, que Sollers a appelé la France moisie.

Tim Newman rappelle que l'Angleterre a une culture très différente. Des programmes sur l'art sont visibles sur toutes les chaînes en début de soirée mais à contrario pas de programme littéraire.

Face à la mise en cause des hommes politiques, le président de séance rappelle qu'ils sont en prise avec les électeurs, les français, à la différence des intellectuels cités et sont toujours très sensibles à l'intérêt manifesté par le public. Ils ont le sens des responsabilités et, quel que soit leur intérêt personnel, sont capables de considérer l'intérêt que représente les structures dédiées à l'art contemporain pour le développement de leur région ou ne serait-ce que pour leur image.

Nicolas Laugero Lasserre regrette que les discours sur l'accessibilité au grand public n'aient pas toujours été suivis d'effet : des passerelles sont ratées par snobisme. Le street art passionne le public, il fait le lien entre création, public et marché, mais ne parvient pas pour autant à se faire reconnaître par le milieu de l'art, les salons, les associations de collectionneurs. Il invite à une remise en question.

Des propositions

Plusieurs prises de parole convergent en faveur d'une intervention du ministre de la culture pour inciter la télévision publique à remplir son rôle éducatif en imposant un volume horaire minimum dédié à l'art sur les chaînes publiques nationales et régionales.

Le président considère qu'en matière culturelle, comme en matière économique, la loi de l'offre est une réalité à laquelle la politique publique contribue naturellement. Le cahier des charges de la télévision publique est déterminé par le CSA. Ces entretiens doivent déboucher sur des préconisations. Elles peuvent amorcer un cahier des charges et suggérer une rencontre entre France télévision, la direction des médias et le CSA. Si la profession est hétérogène, elle peut se souder, comme l'y invite Guillaume Durand, quand il faut faire passer un message. Une demande politique à la télévision de s'investir dans le champ culturel aura des résultats. Le ministre peut en faire une cause à défendre.

Le directeur de Froggies attire l'attention sur la nécessité de trouver de nouveaux modes de cofinancement privé/public pour installer un programme court sur une chaîne d'information internationale pour faire connaître les artistes français et ce que fait la France et le ministère de la culture en matière d'art contemporain, comme Monumenta, la Force de l'art, voire pour acheter de l'espace sur les grandes chaînes internationales du type CNN, TV5 Monde ou France 24.

Pour autant, cette communication institutionnelle sous forme de mini focus qui ont un

aspect publicitaire ne fait pas l'unanimité et paraît même contreproductive. Pourquoi payer et si ces chaînes ne s'intéressent pas à la France ne faut-il pas développer une stratégie européenne ?

- « Tous ensemble »
Guillaume Durand invite à relativiser le critère d'audience à la télévision. Certaines émissions continuent à exister régime après régime, quelque soit leur audience, pour des raisons que personnes ne connaît : fin de la compétence, moins vous en savez sur un sujet plus vous avez de chance d'être appelé pour en parler. Aujourd'hui, seule l'édition, organisée en lobby, veille au maintien des émissions littéraires. Le cinéma avait cette position jusqu'à l'arrivée de Canal plus. Le lobby du cinéma ne voulant pas financer, les émissions sur le cinéma se déroulent sans films. L'édition est le dernier secteur à s'accrocher, il n'y aurait pas d'émission paralittéraire sans la pression du syndicat national de l'édition. La France est un pays d'essence littéraire dont certains acteurs combattent l'art. La télévision a secrété sa propre culture contre la culture elle-même. Toutes chaines confondues, 50% des émissions sont les séries américaines. Il invite à dépasser les chapelles, street art, Murakami, Louis Cane, et à être offensif contre ceux qui sont contre. Il invite à associer les mécènes, Bernard Arnault, la fondation Pinault. Quand deux types intelligents disent que Picasso n'existe pas, il n'y a qu'une réponse : « tous ensemble ».

Le directeur de Communic'art précise qu'au delà de la question des quotas culturels se posera celle des contenus. L'initiative doit revenir aux acteurs du secteur. Les producteurs doivent faire des propositions auprès des décideurs : une Art Academy, par exemple, en phase avec la dramaturgie du discours télévisuel (un programme de ce type est produit par Saatchi) ou, encore, une journée nationale d'expositions dans les entreprises associant les pouvoirs publics.

Guillaume Durand rappelle que la télévision a fortement évolué. D'abord issue de l'Éducation Nationale, elle était thématisée. Aujourd'hui depuis Canal, avec l'importation du *talk show*, les émissions sont déthématisées. Revendiquer une émission thématisée risque de confronter à la question des particularismes, (« la danse slovaque, la musique Guadeloupéenne »). Il invite à s'intéresser au sens général de la culture sophistiquée. La télévision est l'essence de la culture populaire, ce sont les autres qui sont en difficulté. Il existe déjà un magazine thématique*, Un soir au musée* de Laurence Piquet. Il met en garde, par contre, contre la tentation des animateurs des *talk-show* d'inviter les artistes pour parler de l'actualité et non de l'art. Par ailleurs, il rappelle que Picasso, Duchamp et même Douglas Gordon, tout est accessible, sur Internet. D'où la nécessité de focaliser sur un magazine d'actualité tirant profit de l'économie contemporaine de la télé (on peut avoir du Koons frais de la veille ou appeler Mac Carthy avec Skipe). Il plaide pour une soirée traitée dans les termes modernes qui supposent le direct, la rémanence, l'ouverture thématique et des critères d'actualité.
Le palais de Tokyo, qui est un lieu d'effervescence, pourrait servir de studio pour une émission qui parlerait de l'actualité culturelle avec des images et une volonté pédagogique qui soit pour les artistes un lieu d'expression et pas seulement de variété.

Henri Jobbé Duval souligne qu'une émission récurrente permet d'associer les partenaires privés et que ce formidable outil de communication peut avoir des

retombées positives sur les rédactions des grands quotidiens ainsi que sur la presse spécialisée. Il suggère de définir une programmation dans les grands médias publics et de favoriser la cherche de cofinancements avec les grandes fondations mais également les multiples initiatives récentes qui méritent d'être médiatisées, sans oublier bien sûr, comme le demande, Aude Cartier, les acteurs de terrain que sont les centres d'art.

Préconisations

Une intervention du ministre de la culture pourrait inciter la télévision publique à remplir son rôle éducatif en imposant un « volume horaire minimum dédié à l'art » sur les chaînes publiques nationales et régionales.

Cette incitation politique devrait tenir compte des propositions émanant des acteurs du secteur, les producteurs, auprès des décideurs sans préjuger des formes que ce soutien pourrait prendre pour favoriser :

- le transfert vers le public des formats thématiques visibles, actuellement, sur les chaînes privées ;
- la création de formats généralistes « déthématisés » (*talk show*), fortement axés sur l'actualité (le reste étant très rapidement accessible sur Internet), mais laissant une place à part entière aux artistes pour parler d'art (sans les assigner au rôle de commentateur de l'actualité générale) et montrer de l'art.

Un co-financement privé/public est souhaité en vue de favoriser l'inscription d'émissions dédiées à la scène française sur des chaines de télévision internationales.